

2026 年 10 月 16 日

NEWS RELEASE

「沖縄県内企業における生成 AI 活用状況調査」

株式会社おきぎん経済研究所は、「沖縄県内企業における生成 AI 活用状況調査」を発表いたします。詳細は本文をご覧ください。

要旨

- 生成 AI を導入している県内企業は 3 割
県内企業における生成 AI の導入率は 30.2%にとどまり、まだ浸透していない状況が見られる。
- 生成 AI 活用に「効果を感じる」企業は 9 割
導入企業のうち 92.0%の企業が生成 AI の活用効果を実感している。具体的には、「より付加価値の高い業務に時間を回せた」(57.5%)や「従業員の文章作成力・企画力・業務整理力が向上した」(52.9%)などの実感がある。
- 目的を明確化し、経営層関与のもと、継続的な改善活動に取り組むことが活用効果を高める鍵
生成 AI 活用について「とても効果を感じる」と回答した企業は、その他企業と比較し、「見直し・改善活動を行っている」や「経営層が積極的に関与している」、「活用方針や目的を明確化した上で導入した」にて、取り組み差が大きい。
- 導入準備・検討中の企業は「どの業務に使えるか具体化できていない」が 4 割
「どの業務に使えるか具体化できていない」(43.8%)ことが、導入上の主な障壁となっている。
- 業務上のリスクは「社内情報の流出・漏洩」
業務上のリスクは「社内情報の流出・漏洩」(53.6%)が半数以上を占める。一方、社員が個人契約で使う(シャドーAI)企業は 25.6%であり、組織的な情報管理が課題である。
- 生成 AI 活用は組織としての体制づくりが不可欠
生成 AI 活用の課題は経営層の関与不足に通じる部分が大きいものの、業務の切り出しなどを行う推進役不在やルール整備といった、組織としての体制づくり全体の問題として捉える必要がある。

(お問合せ先)

株式会社おきぎん経済研究所 (担当:新垣、小嶺、比嘉)

沖縄県那覇市牧志 1-3-45 牧志ビル 3 階

TEL:098-869-8711 HP: <https://www.okigin-ei.co.jp/>

本資料は、当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。また、本資料に掲載された情報の使用による結果について、当社が責任を負うものではありません。なお、出典を明示していただくことにより、引用、転載を行うことができます。

NEWS RELEASE

「沖縄県内企業における生成 AI 活用状況調査」

目次

1. はじめに	1
2. 沖縄県内企業における生成 AI 活用状況(アンケート結果) .	3
3. 生成 AI 活用・未活用を分ける要因(アンケート分析)	10
4. 生成 AI 活用の有効な対策(ヒアリング結果)	15
5. まとめ	19

1. はじめに

1-1. AI と生成 AI の違いやこれまでの発展経緯

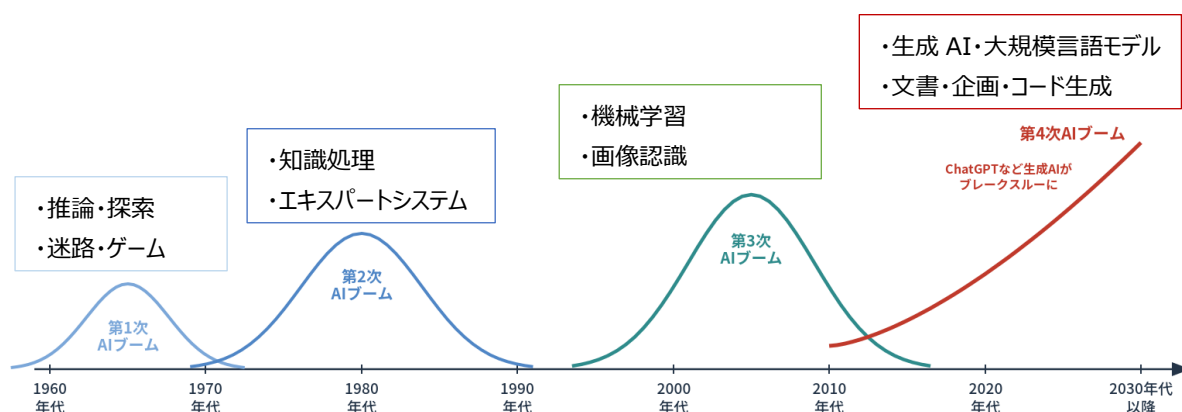
AIとは、人間が行う「考える」「判断する」「学ぶ」といった働きを、コンピュータで再現する技術の総称である。そのAIの中でも、近年特に注目されているのが「生成AI」である。生成AIは、この幅広いAIの中のひとつで、文章・画像・音声・プログラムコードなどを自動で作り出すAIのことを指す。

【AI と生成 AI の違い】

AI	人間が行う「考える」「判断する」「学ぶ」といった働きを、コンピュータで再現する技術の総称
生成 AI	ChatGPT や Gemini などに代表される人工知能技術であり、学習した大量のデータをもとに、文章、画像、音声、動画、プログラムコードなどの新たなコンテンツを生成することができる。従来の AI(識別系 AI)が「与えられたデータを分類・予測する」ことを主な役割としていたのに対し、生成 AI は「入力(プロンプト)に応じて、新しいアウトプットを創り出す」点が大きな特徴である

AI の歴史は意外と長く、約 70 年前にさかのぼる。第 1 次ブームは「推論・探索」の時代で、迷路やゲームなどルールの明確な問題は解けたが、現実の複雑な課題には対応できず下火となった。第 2 次ブームでは、「エキスパートシステム(専門家の知識やノウハウをルールの形でコンピュータに教え込み、専門家の代わりに判断させる仕組み)」が注目されたが、例外や曖昧さをすべてルール化するのは難しく、再び停滞した。第 3 次ブームでは、AI が大量のデータから自ら規則性を学ぶ「機械学習・ディープラーニング」が飛躍し、画像認識や需要予測で実用化が進んだ。そして、現在は生成 AI を中心とする新たな段階を迎えている。2022 年 11 月に公開された ChatGPT は、ふだんの話し言葉で指示するだけで使える手軽さなどから、わずか 5 日で利用者 100 万人、約 2 カ月で 1 億人に到達した。これは、TikTok や Instagram を上回る速さであり、極めて速い普及と注目された。

今後は、複数の作業を自律的に進める「AI エージェント」の活用が広がると見込まれる。さらに、AI がロボットや機械と結びつき、現実世界で作業する「フィジカル AI」の発展も期待されており、業務プロセスや現場作業そのものを担う段階へと進んでいくと想定される。



※生成 AI を使用して作成

1-2. 全国の状況と本調査の目的

総務省「令和 8 年版 情報通信白書」によると、生成 AI を「積極的に活用する方針」や「領域を限定して利用する方針」を定めている企業は計 68.9%と、前年度(49.7%)に比べて大きく上昇している。一方、他の 3 か国(米国、ドイツ及び中国)に比べると、低い結果となっている。

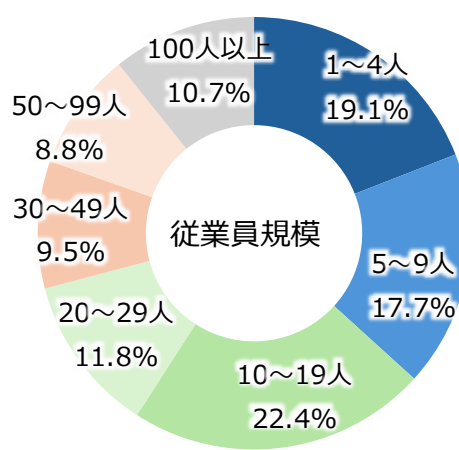
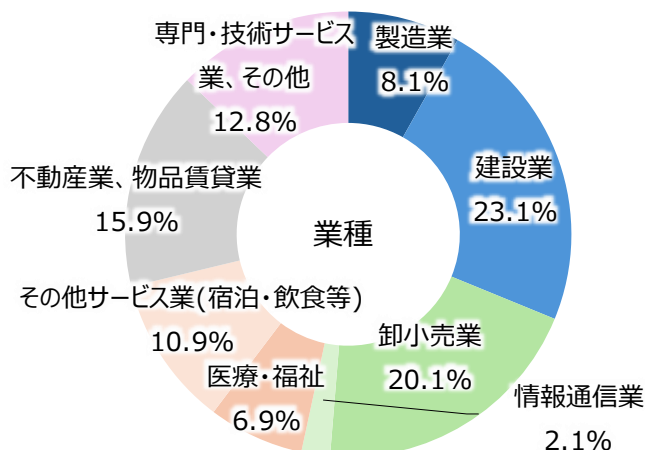
日本国内の状況について企業規模別にみると、「積極的に活用する方針である」及び「活用する領域を限定して利用する方針である」と回答した割合の合計は、大企業で 74.0%、中小企業 58.1%であり、2024 年度企業向け調査に比べていずれも上昇している。

これら全国データからは、日本企業の生成 AI 活用が国際的に出遅れていること、中小企業でも活用方針は広がりつつあるが、大企業との差はまだ大きいことが分かる。ただし、これらは地域を問わない全国集計であり、沖縄県の実態は、必ずしも明らかでない。

本調査では、沖縄県内企業を「導入企業」と「未導入企業」に分けて分析する。導入企業については、活用ツール、用途、効果などを確認し、未導入企業については、導入を妨げる障壁や必要な支援などを確認する。アンケート調査だけでは把握できない点については、事業者へのヒアリング調査で補足する。そのうえで、それぞれの状況に応じた有効な対策を検討する。

〔調査概要〕

項目	内容
調査方法	Web アンケート調査、事業者ヒアリング調査
アンケート対象	沖縄県内企業(業種・従業員規模の割合は下記図のとおり)
アンケート回答者	代表者 54.9%、役員・管理職 22.5%、総務・経理 21.8%、その他 0.7%
回答数	577件(2026 年 8 月～9 月実施)
ヒアリング	4 事業者(2026 年 8 月～9 月実施)
分析の枠組み	導入企業(n=174)／活用ツール、用途、効果など 未導入企業(n=403)／活用を妨げる障壁、必要な支援など



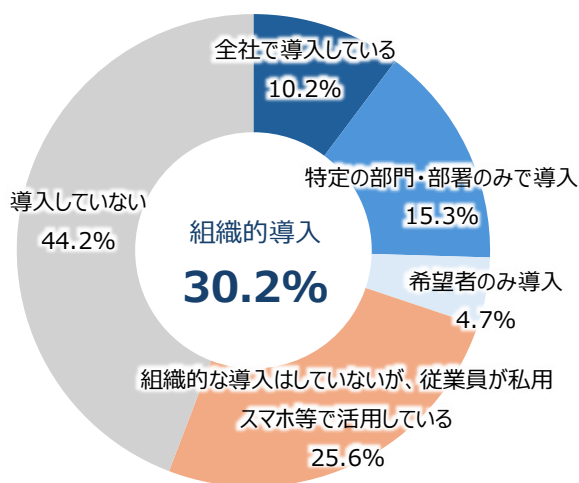
2. 沖縄県内企業における生成 AI 活用状況(アンケート結果)

2-1. 導入企業の状況

① 導入状況

県内企業で生成 AI を導入している企業(全社、特定の部門・部署、希望者のみ)は 30.2%となり、およそ 3 割で導入している。「組織的には導入はしていないが、従業員が私用スマホ等で活用している」は 25.6%となり、会社としては導入していないが従業員レベルでは利用している状況も見られる。「導入していない」(44.2%)と合わせると未導入企業は約 7 割となる。

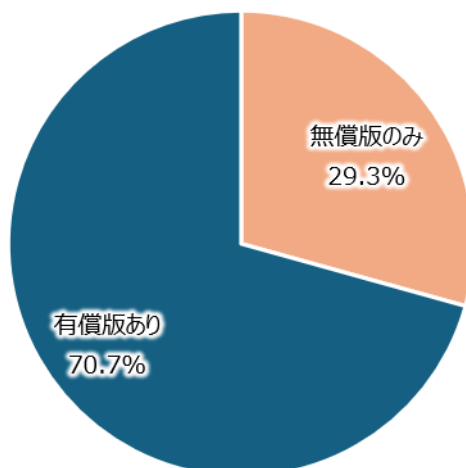
[生成 AI の導入状況(n=577)]



② 契約形態および導入している生成 AI ツール

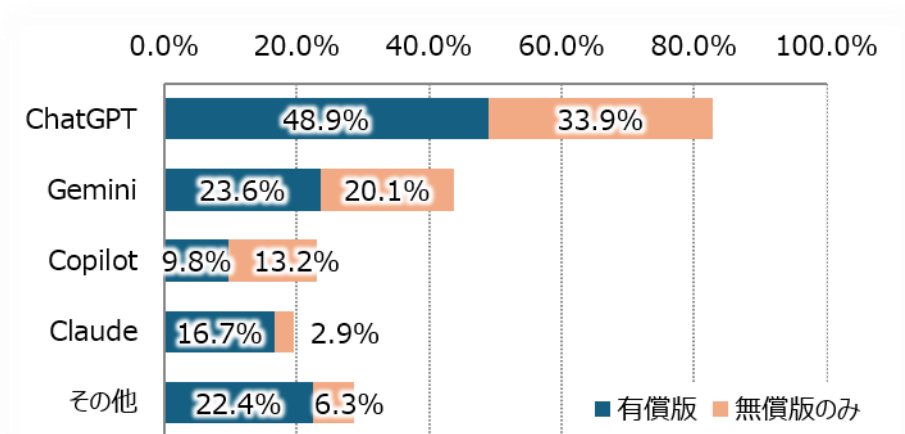
契約形態について、有償版を利用する企業が 70.7%、無償版のみ利用する企業が 29.3%となった。なお、複数回答の場合、1 つでも有償契約にチェックがある企業は「有償版あり」として集計し、無償契約のみにチェックがある企業を「無償版のみ」として集計している。

[契約形態(n=174)]



導入している生成 AI ツールは「ChatGPT」が 82.8%で最も多く、次いで「Gemini」43.7%、「Copilot」23.0%、「Claude」19.6%となった。なお、同一ツールについて有償版と無償版を併用している場合は、有償版利用として集計している。

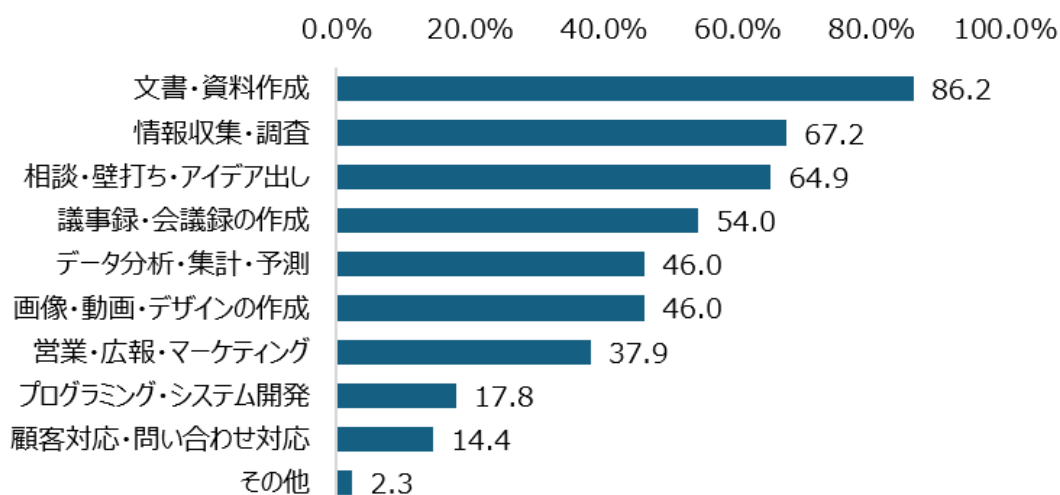
〔導入している生成 AI ツール(n=174)(複数回答)〕



③ 具体的な用途

用途は「文書・資料作成」(86.2%)が最も多く、次いで「情報収集・調査」(67.2%)、「相談・壁打ち・アイデア出し」(64.9%)、「議事録・会議録の作成」(54.0%)が続く。定型的な知的業務の補助が中心であることが確認される。一方、「データ分析・集計・予測」や「画像・動画・デザイン作成」(いずれも 46.0%)への活用も 4 割を超えており、補助的な用途にとどまらない活用も見られる。

〔具体的な用途(n=174)(複数回答)〕



下記は、生成 AI 活用について、特に効果が感じられる方法の自由記述である。

〔特に効果が感じられる活用方法(自由記述)〕

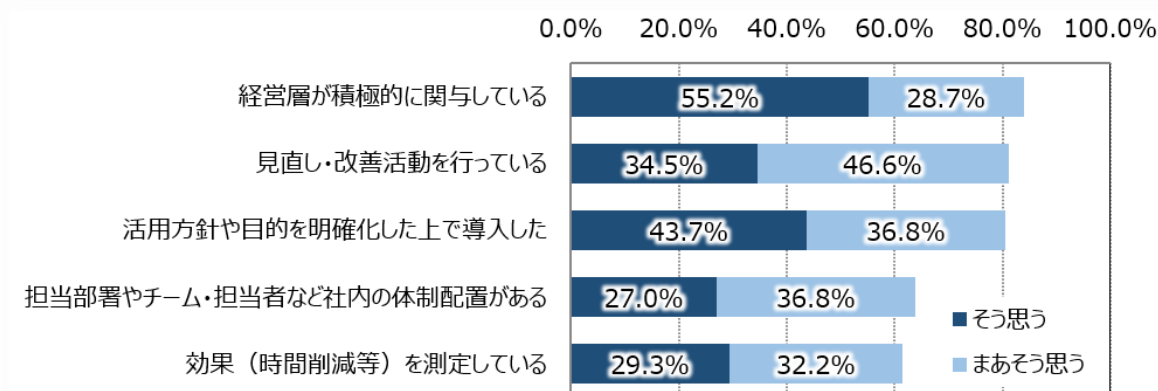
No.	活用内容(1～26:有償版活用 27～41:無償版活用)
1	新たな提案、今までにない提案などに効果的
2	打合せ先からの帰社時に音声で打合せ記録を作成している。時間の節約につながる
3	AIを活用してペーパーレス化等を行い、1年前と比較して人件費が半減し、事務の効率化が図られた
4	主に建築施工と土木施工での業務効率化(プログラム、議事録作成)。順次、他部門での業務効率化を行っている
5	外注に頼まなくても、簡易的なものであれば自動化を進められる
6	過去データをAIに学習させて活用している
7	画像・動画の作成によるスムーズな企画書の作成、動画配信素材の作成に効果がある
8	壁打ちに使っている。また、広告の動画や画像編集にも活用している
9	議事録作成、アンケート分析、文章要約、案内文作成、動画作成、SNS対応、プレゼン資料、表計算関係の修正、アプリ開発など
10	建築パースの細部の補整、文書校正、メールの返信案
11	市場調査や企画書の作成に利用し、作業時間が短縮されている
12	社内アプリの開発から社内文書や求人原稿、議事録の作成・要約、データ集計などに活用している
13	情報収集(業界概況)、議事録作成、事業活動報告など。会議資料の作成、データ集計・分析、職員評価ツール、マニュアルの作成・整備
14	生成AIでアプリ開発を行い、見積りから棚卸し、仕入れまで一通りでできるようになった
15	専門家に相談する一歩手前まで情報の取得が行える。文書整理の時短になっている
16	相談員の部署等、会議の多い部署において議事録作成で活用し、業務効率化を図っている
17	調査→分析→資料作成のスピードが格段に上がった
18	データ分析、ExcelのVBAコード生成、デザイン作成
19	プログラミングのスピードが7～8倍になり、業務効率化に大きくつながっている
20	文書作成などで即時にたたき台を作ってくれるので、業務時間短縮につながっていると感じる
21	報告書作成時に過年度の実績や取組みをソースとして新たな分析を行うことで、課題を再検証し、考察することに役立っている
22	法律の解釈等、専門的な事項を幅広い視点から検討しなければならない場合などに活用している
23	補助金の申請書類やメールのたたき台作成
24	POP等の作成時間が削減され、クオリティも高くなった。月次の試算表の分析、商品の売上分析、ボトルネックの分析
25	YouTubeとの連動により、1,500人から7,000人まで伸びた
26	説明会の資料やプレゼン資料等の資料作成業務に効果を感じる。また、メール作成にも活用している
27	営業企画書の作成
28	企画、補助金関係のまとめ、イベント企画など
29	議事録作成時間の短縮
30	契約書作成、写真の作成、通常業務のオーナー様報告書へのとりまとめ、提案書作成などで、業務時間が減少している
31	小売現場では、集客イベントや企画等のチラシ作成やアイデアの壁打ちとして利用
32	商品のPOPを作成している
33	情報収集、計算など時短になっている
34	資料作成において、時間短縮の効果がある
35	新規事業計画を考える際のヒントとして
36	チラシ作成、会議の資料作成、アイデア出し
37	提案営業のための資料作成、法規確認等
38	同業他社の価格帯等の情報収集で活用できている。今後はデータ分析等での活用を検討
39	文書作成時の参考として使用する機会が多い。簡単なプログラムの作成等
40	文書作成や企画書作成の時間の効率化
41	WordやExcelの時短、アイデア創造、計画書の整合性やミスの洗い出し、顧客提案前の壁打ち

※回答内容の趣旨を損なわない範囲で重複意見の整理や誤字・脱字の修正・加工を行っている

④ 取り組み体制

生成 AI 活用の取り組み体制を 4 段階(そう思う、まあそう思う、あまりそう思わない、思わない)で尋ねたところ、「そう思う+まあそう思う」の割合は「経営層が積極的に関与している」(83.9%)や「見直し・改善活動を行っている」(81.1%)、「活用方針や目的を明確化した上で導入した」(80.5%)において 8 割を超えた。一方、「担当部署やチーム・担当者など社内の体制配置がある」(63.8%)や「効果(時間削減等)を測定している」(61.5%)は相対的に進んでいないことがうかがえる。

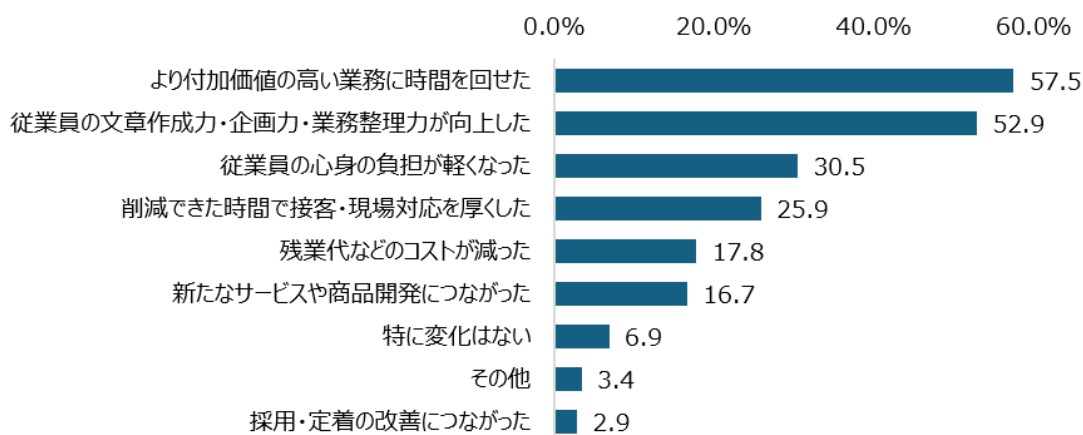
[取り組み体制(n=174)]



⑤ 生成 AI 活用による社内での変化

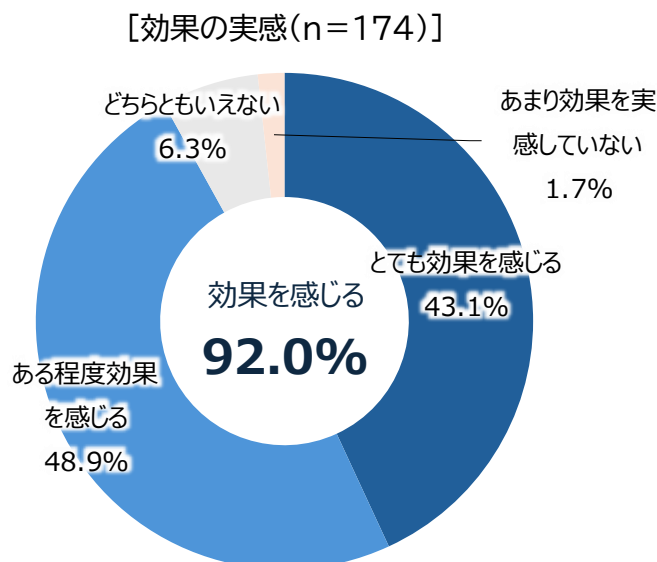
生成 AI 活用による社内の変化としては、「より付加価値の高い業務に時間を回せた」(57.5%)が最も多く、次いで「従業員の文章作成力・企画力・業務整理力が向上した」(52.9%)、「従業員の心身の負担が軽くなった」(30.5%)となった。回答結果からは、生成 AI の活用によって定型的な作業や情報整理に要する時間が削減され、その分、企画・提案などの業務に取り組む余地が生まれている可能性がうかがえる。また、業務遂行に必要なスキルの向上や従業員負担の軽減といった効果も見られる。

[生成 AI 活用による社内での変化(n=174)(複数回答)]



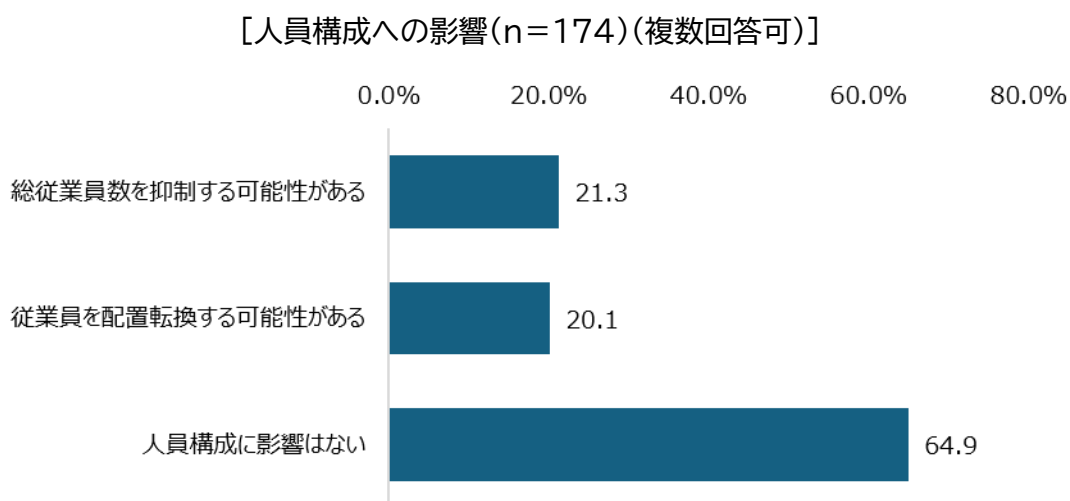
⑥ 効果の実感

生成 AI 活用による業務効率化・質の向上について、「とても効果を感じる」43.1%と「ある程度効果を感じる」48.9%で、効果を感じる割合は合計92.0%に達した。



⑦ 人員構成への影響

「生成 AI 活用は貴社の人員構成にどのような影響を与えますか」との設問では、「人員構成に影響はない」が 64.9%と最多であった。一方、「総従業員数を抑制する可能性がある」(21.3%)や「従業員を配置転換する可能性がある」(20.1%)との回答もそれぞれ 2 割程度みられた。現時点では人員構成への影響を想定していない企業が多数を占めるものの、一部の企業では生成 AI の活用が、人材配置や採用に関する判断に影響を与える可能性があると認識されている。

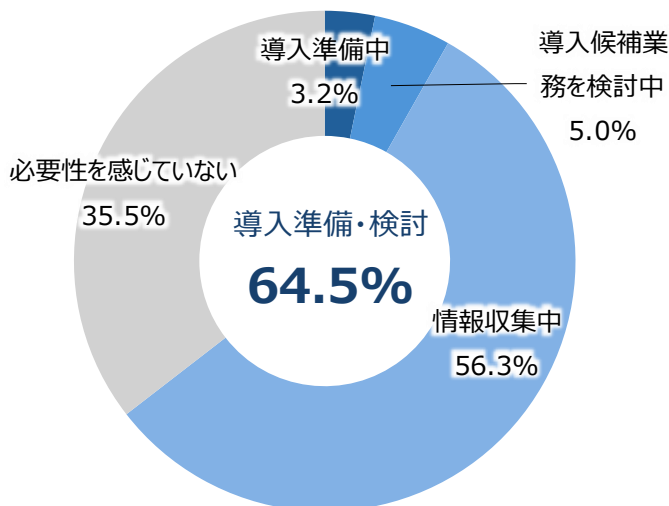


2-2. 組織的未導入企業の現状

① 組織的未導入企業の生成 AI 導入意向

生成 AI を組織的に導入していない企業(403 社)のうち、現在の状況は「導入準備中」(3.2%)、「導入候補業務を検討中」(5.0%)、「情報収集中」(56.3%)で、合わせて 64.5%が準備・検討段階にある。一方、「必要性を感じていない」も 35.5%を占める。

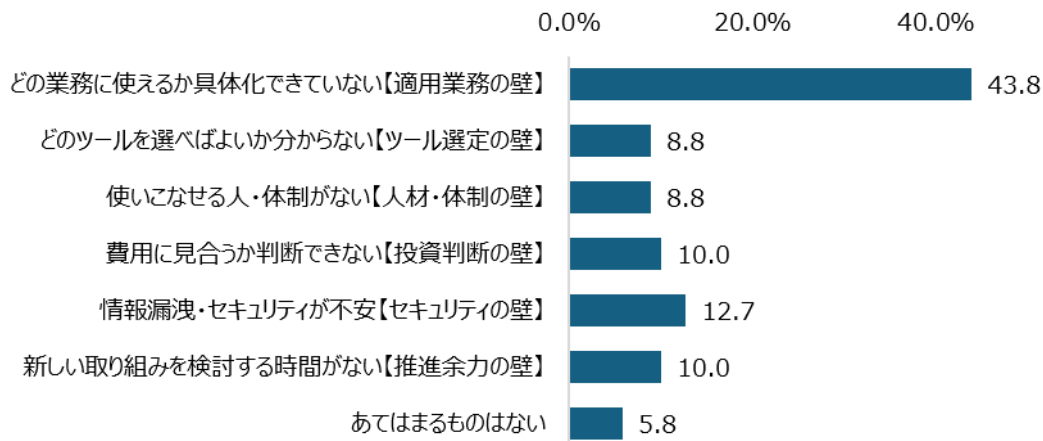
[組織的未導入企業の生成 AI 導入意向(n=403)]



② 生成 AI の導入検討が止まっている段階

導入準備・検討企業に、検討が止まっている段階(最も近いもの)について設問したところ、「どの業務に使えるか具体化できていない」(43.8%)が最多である。生成 AI ツールの選定や人材・体制の状況、投資判断、セキュリティなどよりも、その前段階となる「どの業務に適用するか」という検討段階に障壁を感じる企業が多いことが確認された。

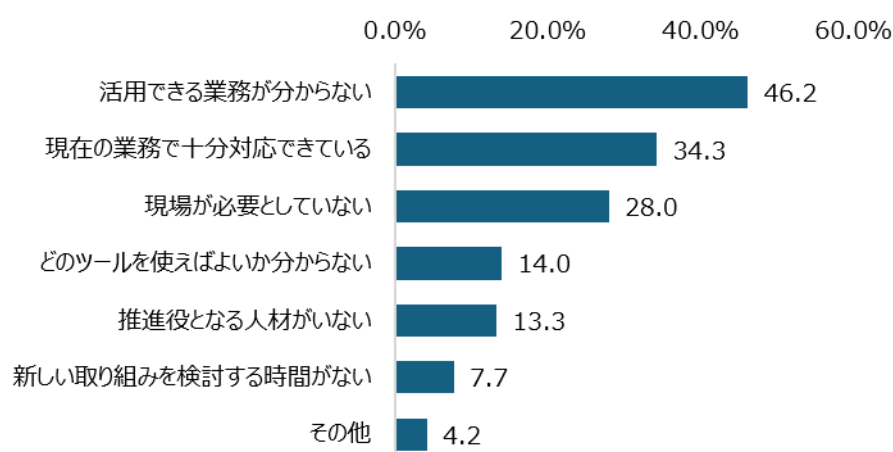
[生成 AI の導入検討が止まっている段階(n=260)]



③ 生成 AI の必要性を感じていない理由

生成 AI の導入について「必要性を感じていない」と回答した企業に理由を尋ねたところ、「活用できる業務が分からない」(46.2%)が最も多く、自社の業務に照らして活用場面を検討するまでに至っていない企業が多いと考えられる。次いで「現在の業務で十分対応できている」(34.3%)、「現場が必要としていない」(28.0%)となっており、現在の業務運営に大きな課題を感じておらず、導入の必要性を認識していない企業も見られる。

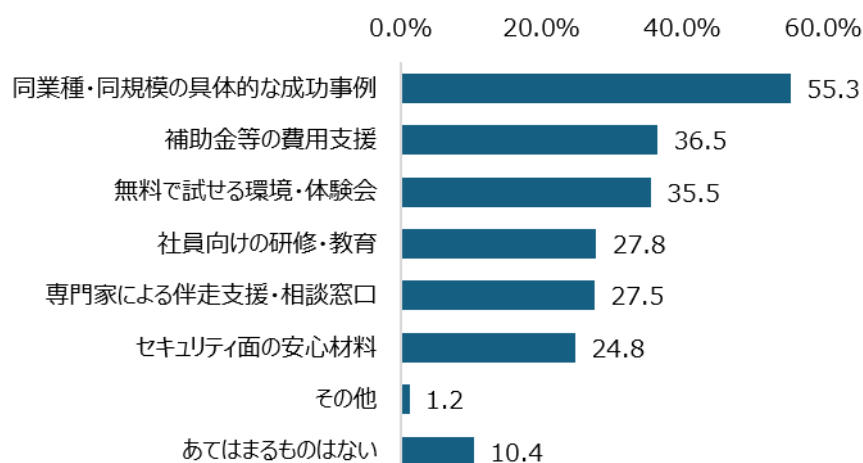
[生成 AI の必要性を感じていない理由(n=143)(複数回答)]



④ 生成 AI 導入を後押しする条件

生成 AI 導入を後押しする条件は、「同業種・同規模の具体的な成功事例」(55.3%)が最多で、次いで「補助金等の費用支援」(36.5%)、「無料で試せる環境・体験会」(35.5%)、と続く。必要性を感じていない主な理由は「活用できる業務が分からない」であったが、その裏付けとして、自社に近い企業の成功事例に対するニーズが最も多くなった。また、費用支援や体験会のニーズも多く、生成 AI の活用イメージを具体化し、実際に試しながら導入を検討できる環境が求められている。

[生成 AI 導入を後押しする条件(n=403)(複数回答)]



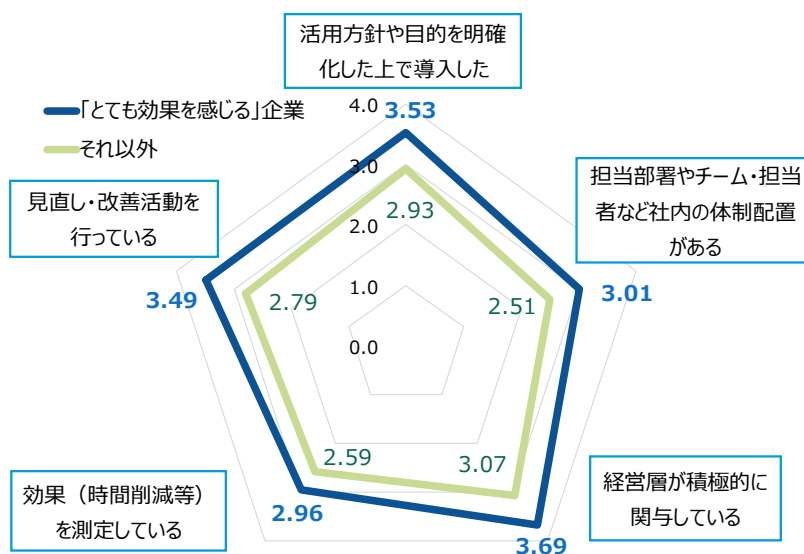
3. 生成 AI 活用・未活用を分ける要因(アンケート分析)

3-1. 生成 AI 活用企業にみられる要素

① 活用効果が高い企業の取り組み

「P7 の⑥効果の実感」に関して、「とても効果を感じる」と回答した企業と、それ以外の企業の取り組みを比較すると、全項目で前者の企業の平均値が上回った。特に、「見直し・改善活動を行っている」(+0.70)、「経営層が積極的に関与している」(+0.62)、「活用方針や目的を明確化した上で導入した」(+0.60)で差が大きかった。活用効果を高めるためには、導入時に目的や方針を明確化し、経営層の関与のもと、継続的な改善を行うことが重要であると考えられる。

「とても効果を感じる」企業とその他の企業の取り組み状況(n=174)

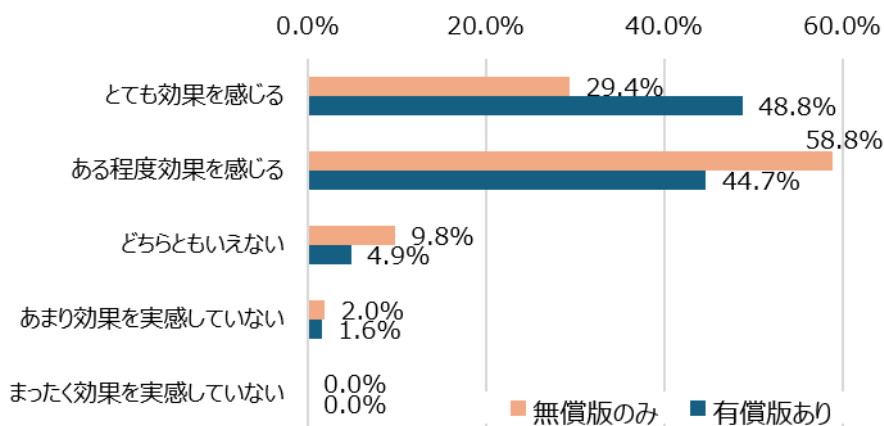


※そう思う=4～思わない=1として平均値を算出

② 活用効果が高い企業の契約形態

生成 AI 活用効果について「とても効果を感じる」と回答した企業は、「有償版あり」の契約形態が多かった。一方「無償版のみ」の企業は、「ある程度効果を感じる」が多かった。

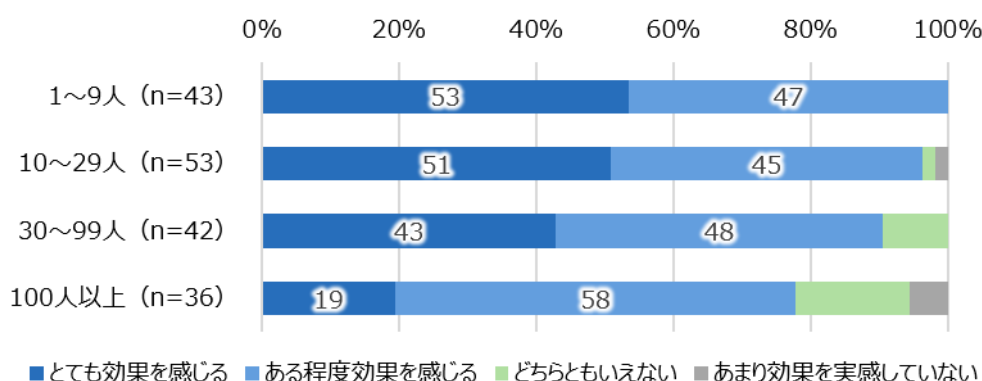
「生成 AI ツールの契約形態(感じる活用効果別)(n=174)」



③ 従業員規模別にみた生成 AI の活用効果

活用効果について「とても効果を感じる」または「ある程度効果を感じる」と回答した企業の従業員規模をみると、「1～9 人」(100%)が最も高い。導入率は規模の大きい企業ほど高い(次ページ参照)一方、効果を実感している割合は、規模の小さい企業ほど高い傾向がみられた。小規模企業では、経営者自身が生成 AI を利用し、導入から活用方法の見直しまでを直接判断できることに加え、限られた人員で幅広い業務を担うケースも多く、活用効果が実感されやすい可能性がある。

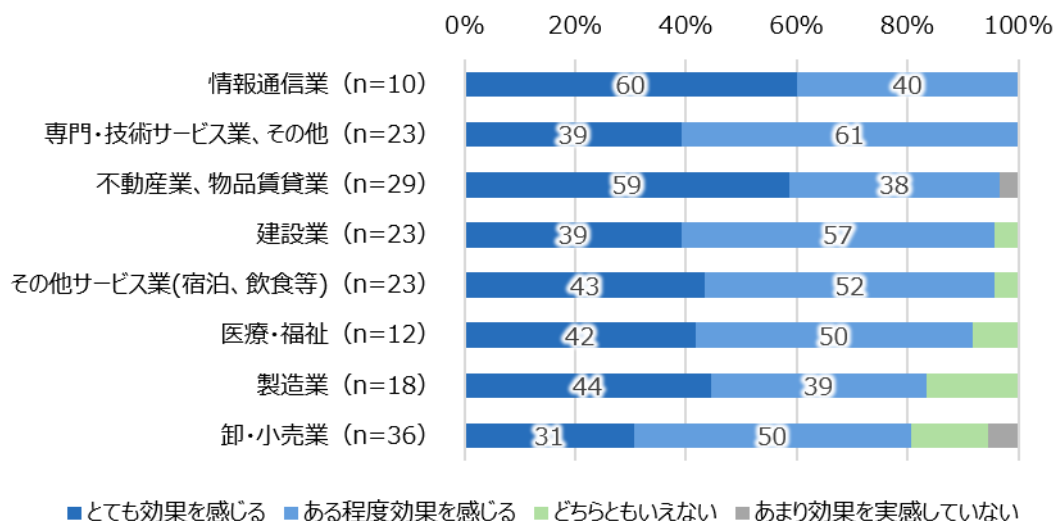
[効果実感度の高い企業の従業員規模(n=174)]



④ 業種別にみた生成 AI の活用効果

生成 AI 活用効果について「とても効果を感じる」または「ある程度効果を感じる」と回答した企業の業種をみると、「情報通信業」および「専門・技術サービス業、その他」(100%)が最も高い。ただし、いずれの業種においても 8 割以上の企業が効果を実感しており、生成 AI の活用効果は幅広い業種で認識されている。なお、業種ごとのサンプル数は限られているため、結果の解釈には留意が必要であり、参考値として捉える必要がある。

[効果実感度の高い企業の業種(n=174)]

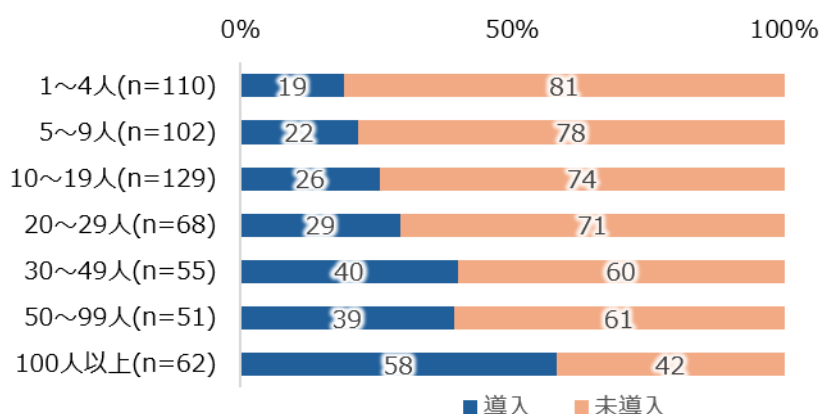


3-2. 未活用企業にみられる要素

① 従業員規模別の生成 AI 導入状況

生成 AI の導入状況を従業員規模別にみると、100 人以上の企業では導入率が 58%と最も高く、1～4 人の企業では 19%と最も低く、小規模企業ほど未導入であることが確認される。

[従業員規模別の生成 AI 導入率(n=577)]

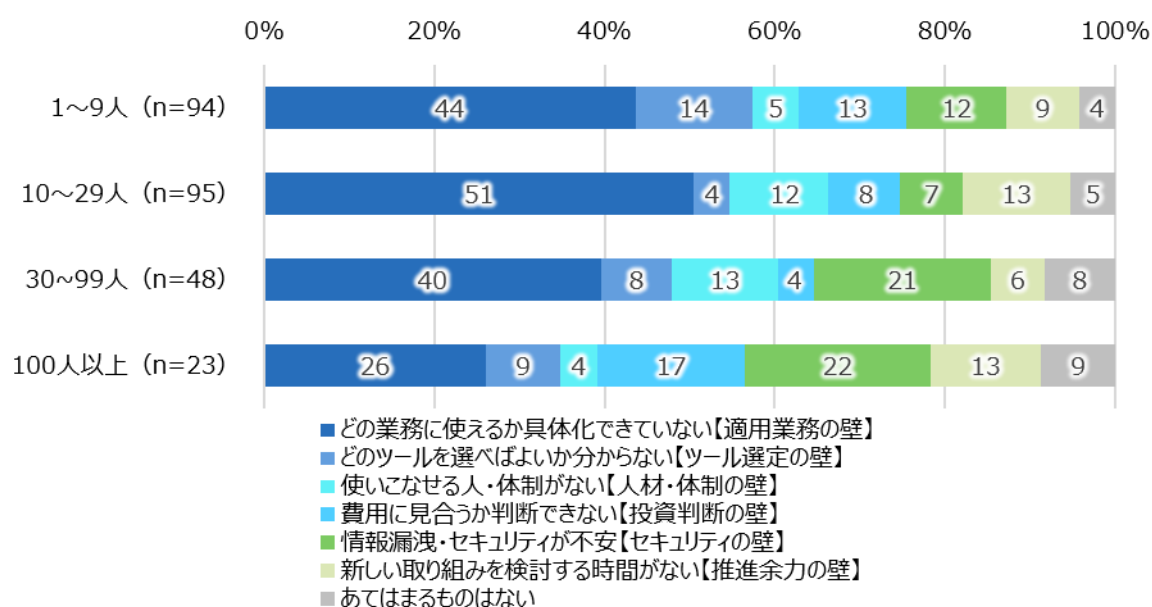


② 生成 AI 導入検討が止まっている段階(従業員規模別)

生成 AI の導入検討が止まっている段階を従業員規模別にみると、小規模企業において「どの業務に使えるか具体化できていない」企業が多いことがわかる。一方、企業規模が大きくなるほど、「情報漏洩・セキュリティが不安」と回答する割合が高まる傾向が見られる。

小規模企業では、導入企業の効果実感は高いものの、未導入企業においては、自社の業務の中から生成 AI を活用できる業務を切り出せていないことが、導入が進まない主要因になっていると想定される。

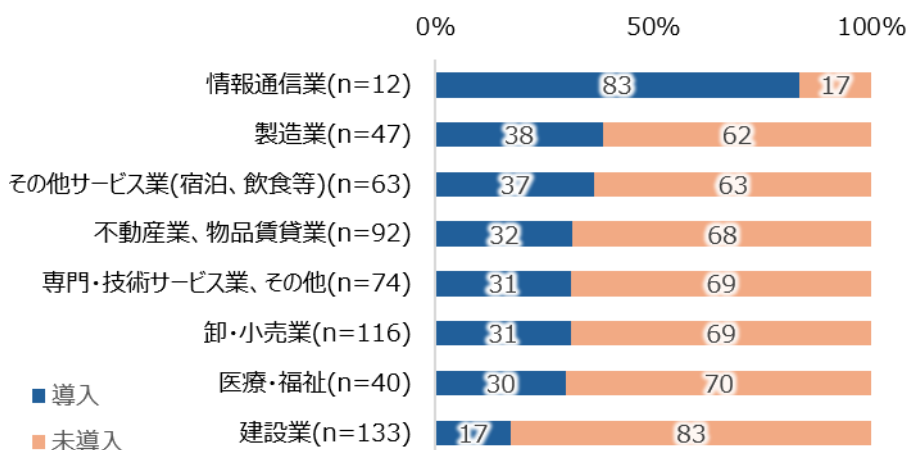
[生成 AI 導入検討が止まっている段階(従業員規模別)(n=260)]



③ 業種別の生成 AI 導入状況

生成 AI の導入状況を業種別にみると、情報通信業では導入率が 83% と最も高く、建設業では 17% と最も低かった。一方、情報通信業および建設業以外の業種については 3 割台となっており、大きな差は見られない。

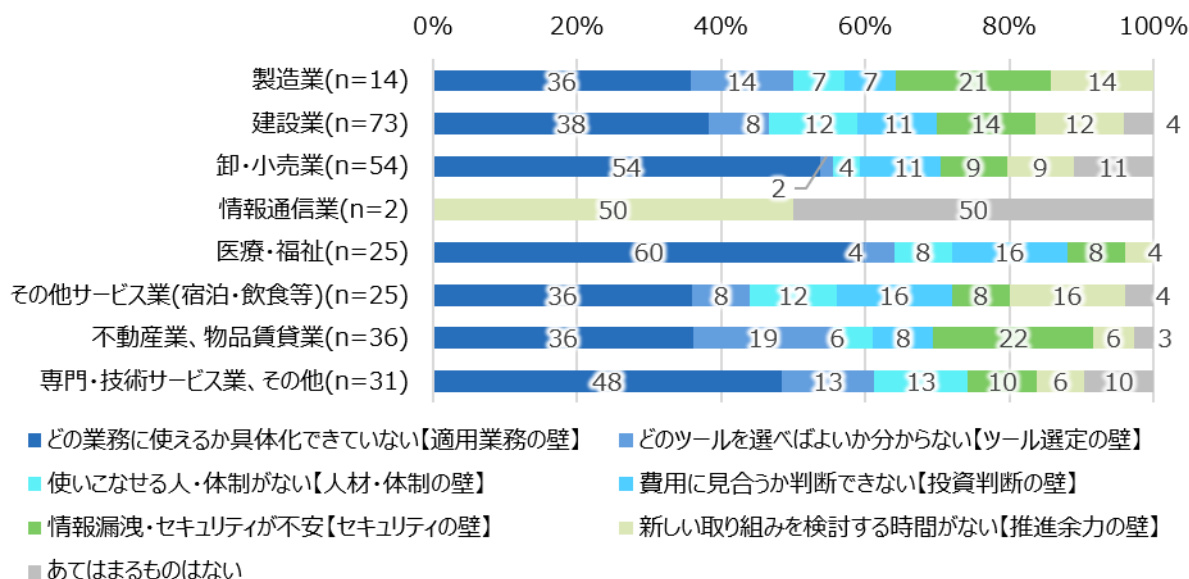
[業種別の生成 AI 導入率(n=577)]



④ 生成 AI 導入検討が止まっている段階(業種別)

生成 AI の導入検討が止まっている段階を業種別にみると、情報通信業以外において「どの業務に使えるか具体化できていない」企業が多いことがわかる。共通のハードルとなっている「どの業務で活用できるのか」を具体的にするには、業務を切り出して検討することが重要であると考えられる。なお、情報通信業は回答数が 2 社と少ないため、結果の解釈には留意が必要である。

[生成 AI 導入検討が止まっている段階(業種別)(n=260)]

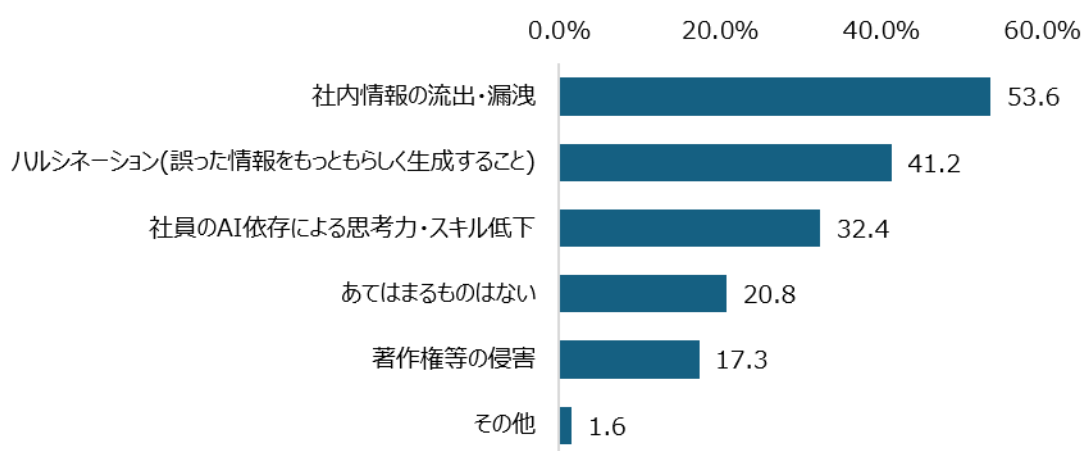


3-3. 業務上のリスク

業務上のリスク認識は「社内情報の流出・漏洩」(53.6%)が最多で、「ハルシネーション(誤情報の生成)」(41.2%)、「社員の AI 依存による思考力・スキル低下」(32.4%)が続く。

生成 AI の導入状況について、約 7 割(69.8%)は生成 AI を組織として導入していない。ただし、そのうち 36.7%(全体の 25.6%)は、「従業員が私用スマートフォン等で生成 AI を活用している」と回答した。企業が把握・管理していない利用(いわゆるシャドーAI)となっている可能性が考えられ、情報管理の観点から留意が必要である。なお、導入企業においても、会社が認めたツール以外を従業員が個人的に利用するケースは考えられ、シャドーAI への対応は導入の有無を問わない課題といえる。

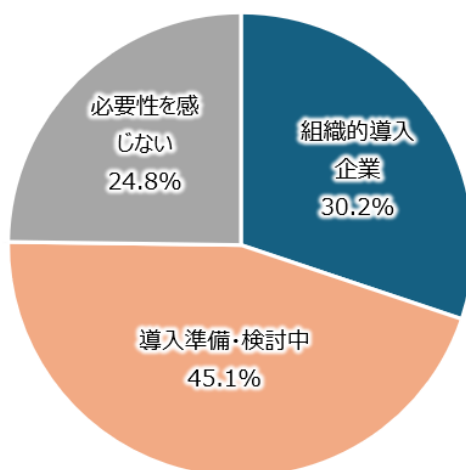
[生成 AI 活用における業務上のリスク(n=577)(複数回答)]



3-4. 生成 AI を導入準備・検討中の企業

多くの企業が「生成 AI を導入準備・検討中」45.1%と回答している。仮に導入準備・検討中の企業が導入に至れば、導入企業は最大で 75.3%となる。

[生成 AI を導入準備・検討中の企業割合(n=577)]



4. 生成 AI 活用の有効な対策(ヒアリング結果)

4-1. 先行企業における生成 AI 活用の取り組み

アンケート調査の結果を補完し、定量データでは捉えにくい実態を把握するため、事業者ヒアリングを実施した。

① A 社…専門・技術サービス業、その他

<導入の背景ときっかけ>

- 生成 AI の登場を「インターネット革命に匹敵する新たな革命」と捉え、経営者・役員が先導して全社的な活用を推進。
- 特定部門の業務削減にとどまらず、「AI を使う企業と使わない企業で二極化する」との危機感から、事業全体の競争力強化を目的に据える。

<活用範囲とツール>

- 導入範囲は全社員。営業・総務・経理など部門を問わず、ほぼ全従業員が日常的に利用。
- 複雑な業務では Claude が中心、コーディング等では Codex を併用。
- 有料版ツールを全社員に提供し、AI と共に働く環境を標準化。

<主な活用状況>

- 営業支援について、商談準備や提案書作成を AI が支援。
- 経理・IR 業務では、決算資料や毎月の取締役会資料をボタン一つで作成し、分析まで実施。
- 開発業務について、コードをほぼ AI が記述し、自社 Web サイトの記事も自動生成。
- 全社員が AI エージェントを利用できる環境を構築。仮想的な社員として機能する「AI 社員」も配置し、協働している。

<品質管理とセキュリティ対策>

- リスク管理について、リアルタイムで社内情報の動きを AI が監視し、異常や不正な情報持ち出しを検知・追跡可能な体制を構築。
- Web サイトへの攻撃は日常的に発生するものとの考え。完全防御は困難との前提に立ち、突破されても次の防御層へ切り替える多層的なセキュリティ構造を採用。

<人材育成と組織変革>

- 「全員が AI 人材に」という考えのもと、イノベーションの波に乗るため、社員全員が AI 人材になる方針を明確化。会社が投資して育成を支援。
- 「仕事を奪われる側」ではなく「AI 時代に活躍する人材」になろう、というメッセージで社内の方向性を統一。

<県内企業への示唆>

- 経営者自身が生成 AI に習熟することが、社内活用を進める近道である。事業を最もよく知る経営者が習熟することで大きな効果を得られる。
- 生成 AI は経営者にとっては大きなチャンス(革命)である。活用・未活用で大きな差が生じる。
- まずは楽しむことが重要である。恐れず楽しみながら、メール返信文の自動化など簡単で効果の出るものから着手することを推奨する。

4-2. 現場系企業における生成 AI 活用の取り組み

① B 社…建設業の生成 AI 活用

<導入の背景ときっかけ>

- 着任時は紙ベースの業務が多く、まず経理・総務部門の基礎的な業務改善から着手。
- ペーパーレス化、書類の電子化、クラウド管理、セキュリティ対策を段階的に推進。
- DX・生成 AI を、会社の経営改善や合理化を進める手法の一つとして位置付けている。

<活用範囲・推進体制>

- 現在は総務・経理部門など、オフィス周りの業務が中心。今後は営業・事務部門へ展開予定。
- 現場部門での活用は現状ほぼない状況。

<主な活用状況>

- 会計処理では、前期残高を当月の発生額へ反映・出力するなど、手作業の効率化に活用。
- 件数の多い原価データの概算集計にも生成 AI を活用。
- 勤怠管理を手書き・FAX・再入力する従来工程から、関連業務を含めた一括見直しを実施。

<効果>

- 手書きや人手を介する作業量を従来の約 3 分の 1 まで削減(生成 AI 以外のDXも含む)。
- 業務改善とコスト削減を進めるとともに、時代に合った業務環境の整備につながっている。

<現場活用の課題・展望>

- 現場従事者(基礎工事・重機運転等)には生成 AI の有料アカウント等を基本的に付与しておらず、現場活用はこれからであり、画像撮影や日報作成などへの活用が今後の検討課題である。
- 現場作業の比重が大きく原価管理も細かいため、建設業では費用対効果が見えにくい実感がある。経営者の間には、「そこまで取り組まなくてもよい」との認識が残っている場合も多いとの指摘があった。

<人材面の課題>

- 現場ではベテラン層の比重がやや高く、生成 AI 活用のハードルとなる可能性がある。
- 若手採用と併せ、時代に合った環境づくりを進める必要がある。

<県内企業への示唆>

- 紙・手入力・重複作業など既存業務の見直しから始める。
- 費用対効果が見えやすい総務・経理などの間接業務から、小さく段階的に導入する。
- 現場中心の企業でも、将来を見据えて早めに着手し、活用できる業務を広げていくことが重要である。

② C 社…その他サービス業(宿泊・飲食等)、建設業の生成 AI 活用

<導入の背景ときっかけ>

- 事業はホテル業・建設業(労働集約型)中心で、人口減・人手不足への対応が恒常的課題。その手段として生成 AI に着目。
- 社長のトップダウンで「まず先行して何ができるか検証したい」との方針が 2024 年頃に示され着手。経営層からの後押しが全社展開の鍵。

<活用範囲とツール>

- 希望者・上司推薦で先行導入し、現在は全員が使える環境を整備。
- Gemini を活用している。踏み込んだ活用希望者には ChatGPT・Claude など一部割り当てている。

<主な活用状況>

- 事務部門では幅広く活用が進んでいる。会計データをもとにした経営会議資料の作成や、従来は手作業だった残高突合の自動化に加え、就業規則等を NotebookLM に取り込み、参照元の規程を明示しながら回答させる規程照会にも利用している。
- 現場部門でも活用が広がりつつある。建設部門では特定の人に集中しがちな現場代理人の業務を切り出し、負担の分散を図っている。ホテル部門では対顧客メールの返信や議事録の作成などに活用している。

<効果>

- 使い慣れることを重視し取り組み、2 年間の運用で「使えば誰でも効果は出る」ことを確認できている。
- 資料作成スピードやセルフチェックの質が向上し、現在は「合理化」の段階から、自分では気づかなかった視点を得る「気づきのフェーズ」となっている。

<セキュリティ対策>

- 法人契約で社内情報が学習されない設定を基本とし、機密情報は入れない旨を周知している。
- 個人情報などは入力しないよう注意喚起している。

<人材育成の課題>

- 生成 AI を活用する業務を詳しく理解している人は「気づき」になるが、新人が頼りきりになると内容が薄くなりがちである。使い方を誤ると属人化がさらに進むリスクも感じている。
- 「生成 AI を使うこと自体」の目的化や、単に効率化にとどまることを避け、「何のために活用するのか」を問い直すことが重要。

<県内企業への示唆>

- 使わない理由は「AI が何者か分からない」ためだと思う。自分の専門分野を質問し、生成 AI の実力を体感したり、自分が後回しにしていた作業をさせてみて、何ができるか探ることで理解が進む。それから、費用対効果で判断するといった段階的アプローチが有効と感じる。

4-3. 生成 AI を活用するコンサルタントの取り組み

① D 社…生成 AI を活用するコンサルティング事業者

<支援の基本方針>

- 「AI を導入すること」ではなく、AI を用いて企業の経営課題を改善することを目的とし、取り組んでいる。
- 業務フローの詰まりを特定し、その場で要件定義・試作まで行う伴走型支援をしている。
- 生成 AI はシステムとシステムを「つなぐ」役割を担える。従来は多額の費用を要した開発が、生成 AI により低コストで実現可能となった。

<支援手法・開発体制>

- 経営的な介入ポイントの特定を行った上で、Codex、Claude、Gemini などの生成 AI ツールを活用し、Python 等でアプリ開発・実装を行っている。
- 顧客へ仕様書・要件定義書を納品し、将来は企業自身が AI で改修・内製できる状態を目指している。成果物の納品だけでなく、企業側に活用能力を残すことを重視している。

<具体的な支援事例>

- 広告業務の事例では、複数社の広告空き枠を自動収集し、選択だけで提案書を 1～2 分で出力できるツールを作成し支援。
- 受注書、メール、請求書、会計まで一気通貫で自動化できる。作業を切り分け、人が営業・対人コミュニケーションに集中できるよう設計している。

<導入のハードル>

- AI エージェント活用では、会計・人事等の基幹システムに AI がアクセスしてよいかの権限設定が課題。大企業ほどシステム部門の制約が厳しくハードルが高い。
- 中小企業は比較的機動的につなぎ込みが可能。一方、Gemini・Copilot は利用可能でも、ChatGPT・Claude は利用不可という企業も見られる。

<個人の効率化と会社の生産性向上のギャップ>

- 個人としての便利さは実感できるが、自社の生産性を最も左右する業務への活用には至っていない企業が多い。
- 目的は「AI を活用すること」ではなく、あくまで生産性向上に置くべきである。

<県内企業とのギャップと今後の方向性>

- AI を使いこなす企業とそうでない企業とで、企業競争力に大きな差をもたらす転換点と捉えている。デジタル化が進んでいない企業ほど、一気に飛び越えるチャンスでもある。
- 解決したい経営課題を起点に、AI で何ができるかを検討するのが本来のルートであり、順番が逆になっているケースが多い。

<県内企業への示唆>

- 生成 AI 活用の出発点はツール選びなどではなく、経営課題の特定である。
- 小さな試作で効果を確認、業務全体をつなぎ、最終的には企業自身が改善を続けられる状態を目指すことが重要である。

5. まとめ

5-1. 生成 AI 導入企業における現状や今後の課題

① 現状

- 県内企業で生成 AI を導入している企業は 30.2%で、まだ一部にとどまる。一方、導入企業の 92.0%が、業務効率化や質の向上について効果を実感している。
- 用途は「文書・資料作成」(86.2%)、「情報収集・調査」(67.2%)、「相談・壁打ち・アイデア出し」(64.9%)が中心で、定型的な知的業務の補助として定着しつつある。
- 社内の変化では、「より付加価値の高い業務に時間を回せた」(57.5%)、「従業員の文章作成力・企画力・業務整理力が向上した」(52.9%)、「従業員の心身の負担が軽くなった」(30.5%)が上位に挙げられた。生成 AI の活用により生まれた時間が、付加価値の高い業務への振り向けや従業員負担の軽減につながっていることがうかがえる。(下図参照)
- 「とても効果を感じる」企業とそれ以外の企業を比べると、すべての取り組み項目で前者の平均値が上回った。特に差が大きかったのは「見直し・改善活動を行っている」(+0.70)、「経営層が積極的に関与している」(+0.62)、「活用方針や目的を明確化した上で導入した」(+0.60)である。
- 上記のように、高い効果を実感している企業では、目的の明確化や経営層の関与、継続的な改善活動に取り組む傾向が見られた。ヒアリングでも、A 社は経営者・役員が先導して全社員に有料版ツールを提供し、C 社は社長のトップダウンで試行導入から全社展開へ進めていた。

〔生成 AI 活用による効果〕

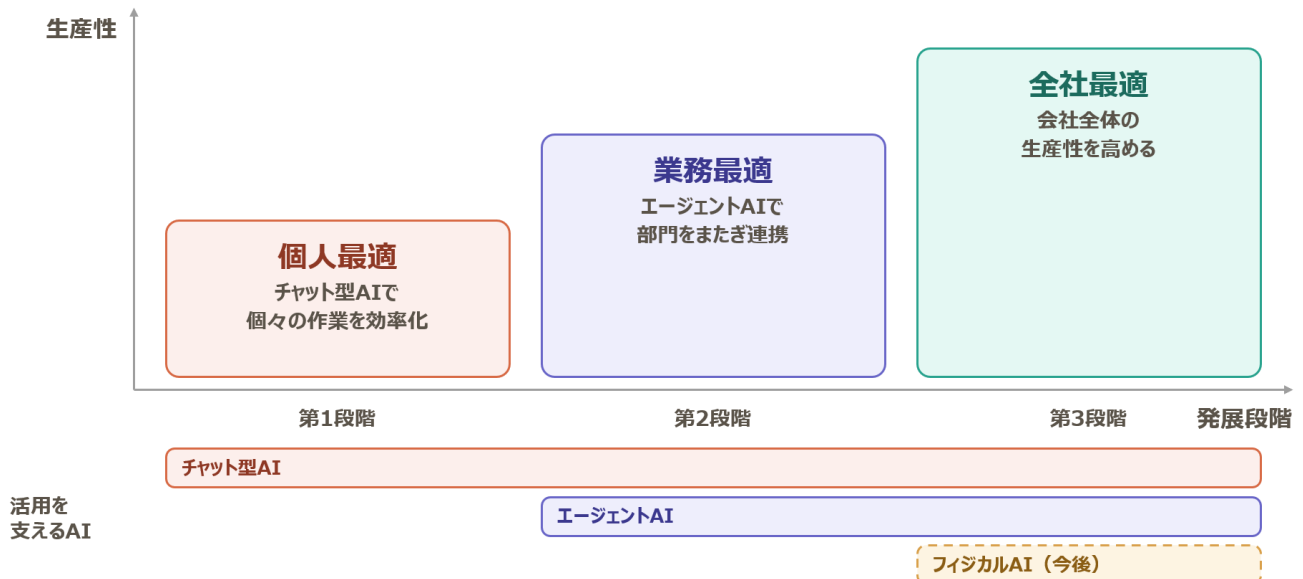


※生成 AI を使用して作成

② 課題

- 「担当部署やチーム・担当者など社内の体制配置がある」(63.8%)と「効果(時間削減等)を測定している」(61.5%)は約6割にとどまり、他の項目と比べ相対的に取り組みが遅れている。コンサルタント(D 社)からは、「個人として便利さは実感できても、自社の生産性を最も左右する業務への活用には至っていない」との指摘があった。
- 生成 AI 活用の発展段階は、本調査では、①個人最適、②業務最適、③全社最適の3段階として整理した。県内の活用は、現状では①の段階が中心と見られる。(下図参照)
- 今後は、個人利用や一部部署での活用にとどまらず、見積から請求までの一連の流れなど、AI を業務プロセスに組み込む段階へ進むことが求められる。そのためには、推進役となる担当者やチームを置くこと、削減時間などの効果を測定して改善につなげることが重要である。
- あわせて、人材育成にも注意が必要である。業務を理解している人にとって生成 AI は「スキル向上や気づき」につながるが、業務を知らない新人が頼りきりになると、考える経験が積まれず、出力の良し悪しも判断できない懸念がある(C 社ヒアリングより)。
- セキュリティ面では、利用するサービスの契約条件や設定を確認し、入力内容がモデルの学習に使用されない環境を選択する、機密情報や個人情報を入力しないよう周知するといった基本的なルールを整えたうえで、活用の幅を広げていくことが望まれる。

〔生成 AI 活用の発展と生産性との関係〕



※「活用を支える AI」の開始位置は、各型の活用が広がりやすい段階の目安である

※生成 AI を使用して作成

5-2 生成 AI 未導入企業の現状や今後の課題

① 現状

- 県内企業の約 7 割(69.8%)は、生成 AI を組織として導入していない。ただし、組織的に導入していない企業 403 社のうち 36.7%(全体の 25.6%)は、従業員が私用スマートフォン等で生成 AI を活用していると回答した。生成 AI は個人レベルでは既に身近な存在になりつつある一方、企業が把握・管理していない利用(いわゆるシャドーAI)となっている可能性もあり、情報管理の観点から留意が必要である。
- 組織的に導入していない企業 403 社のうち 64.5%は「情報収集中」(56.3%)、「導入候補業務を検討中」(5.0%)、「導入準備中」(3.2%)といった準備・検討段階にあり、関心自体は高い。一方、35.5%は「必要性を感じていない」と回答した。
- 導入準備・検討中の企業が足踏みしている段階は「どの業務に使えるか具体化できていない」(43.8%)が最も多く、セキュリティ(12.7%)、投資判断(10.0%)などを大きく上回る。
- 「必要性を感じていない」企業でも、理由の最多は「活用できる業務が分からない」(46.2%)である。この結果から、「必要性を感じていない」企業の中には、生成 AI が不要であると明確に判断した企業だけでなく、自社における具体的な活用場面を見いだせていない企業も相当数含まれると考えられる。
- 未活用企業が導入に至るまでには、「第一の壁:知らない(生成 AI について詳しく知らない)」、「第二の壁:切り出せない(どの業務で活用できるのか分からない)」、「第三の壁:進められない(ツール選定・投資判断・人員体制)」の三つの壁がある。また、すべての段階を通じて「セキュリティへの不安」がある。(下図参照)

[生成 AI 導入に至るまでの障壁]

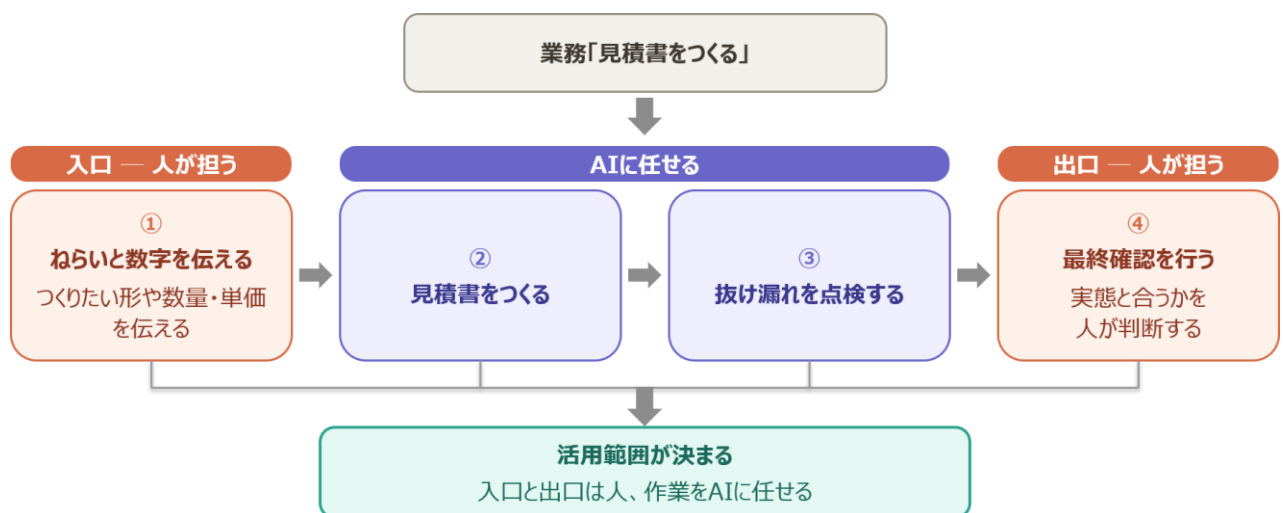


※生成 AI を使用して作成

② 課題

- 第一の壁は、生成 AI について「知らない」ことである。導入を後押しする条件として「無料で試せる環境・体験会」(35.5%)を挙げる企業も多く、まずは体験することが出発点となる。ヒアリングでは、「使わない理由は AI が何者か分からないため」との指摘があり、自分の専門分野について質問して実力を確かめることや、後回しにしている作業を任せて何ができるかを探ることが勧められた(C 社ヒアリングより)。
- 第二の壁である「切り出せない」を越えるには、一つの業務を切り出して検討することが重要である。例えば、「見積書を作成する」という一連の業務を、①目的、数量、単価などの前提条件を人が整理する、②AI を用いて見積書案を作成する、③AI を用いて記載漏れを点検する、④人が内容と妥当性を最終確認する、といった工程に分解することで、AI を活用できる範囲を検討しやすくなる。(下図参照)
- 建設業の B 社が、紙・手入力・重複作業の見直しから着手し、費用対効果の見えやすい総務・経理などの間接業務から段階的に導入した取り組みは、現場中心の企業においても参考になる。
- 第三の壁である「進められない」を越えるには、導入を後押しする条件として最も多かった「同業種・同規模の具体的な成功事例」(55.3%)や、次いで多い「補助金等の費用支援」(36.5%)が手がかかりとなる。自社に近い企業の導入効果を知ることによって費用対効果を見込みやすくなり、費用支援とあわせて投資判断を後押しすると考えられる。

[業務の切り出しと検討(業務事例:見積書)]



※生成 AI を使用して作成

5-3. 県内企業における生成 AI 活用の現状と今後の課題

- 本調査では、県内企業の組織的な導入率は 30.2%にとどまる一方、導入企業の 92.0%が業務効率化や質の向上について効果を実感していることが確認された。導入企業では高い評価が得られている一方、未導入企業では「どの業務に使えるか分からない」が大きな障壁となっている。
- 導入企業の課題は、個人単位の活用から業務プロセスへの組み込みへ進むことである。導入企業では「より付加価値の高い業務に時間を回せた」との回答が最も多く、効果は表れ始めている。しかし、用途は文書作成や情報収集など個人単位の作業補助が中心であり、組織として効果を高めていく段階との間には、なお隔たりがあると考えられる。
- 未導入企業の主な課題は、主に「どの業務に使えるか分からない」という壁を越えることである。まず触って能力を知り、一つの業務を切り出して小さく試し、効果を確認したうえで投資判断を行う、といった段階的な取り組みが求められる。
- 導入企業・未導入企業のいずれにも共通するのは、経営者自身が生成 AI に触れ、活用の目的を示して旗振り役となることである。ヒアリングでも、先行企業では経営者の主導が全社展開の起点となっていた。事業を最もよく理解する経営者が関与することが、組織としての体制づくりを進めるうえで有効と考えられる。
- 今後は、個人単位の活用から業務プロセスへの組み込み、さらに企業全体での活用へと段階的に発展させることが、より大きな生産性向上につながると考えられる。
- 一方で、情報漏洩やハルシネーション(誤情報の生成)、AI 依存による思考力・スキル低下といったリスクを懸念する企業も多い。企業として安心して利用できる環境やルールを整え、組織の管理下で活用を進めていくことが望まれる。また、業務経験の浅い職員が自ら考え判断する機会を確保できるよう、活用の仕方に配慮することも大切である。
- 生成 AI は、従業員の力を引き出し、より付加価値の高い業務に時間を振り向ける後押しとなりうる。県内企業の身近な活用事例を参考にしながら、生成 AI への理解と活用が一層進むことを期待したい。

以上